

большее распространение в построении корпоративной культуры. Это очень важно для сотрудников, которые приходят в компанию для самореализации. Ролевой аспект игры – довольно сильный механизм мотивации сотрудников.

Многоуровневый маркетинг может стать консолидирующим бизнесом, где тесно сотрудничают дистрибьюторы из разных стран, где нет расовых и политических разногласий. Вполне вероятно, что в ближайшие десятилетия все компании и дистрибьюторы сетевого маркетинга будут объединены через интерактивное телевидение. Спонсирование будет осуществляться в интерактивном, виртуальном варианте, когда консультант одновременно занимается несколькими группами. Именно связь многоуровневого маркетинга с новыми прогрессивными кибер-технологиями делает его наиболее перспективной разновидностью маркетинговой системы предприятия.

## **УДОСКОНАЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

О. В. Швецов, ст. викладач, ДВНЗ «ПДТУ»

Фінансова політика - це загальна фінансова ідеологія, яка спрямована на досягнення основної мети діяльності підприємства: підвищення добробуту власників організації.

Мета фінансової політики - побудова ефективної системи керування фінансами, що спрямована на досягнення стратегічних і тактичних цілей його діяльності.

Виходячи із тривалості періоду й характеру завдань, фінансову політику підрозділяють на фінансову стратегію й фінансову тактику.

Фінансова стратегія - довгостроковий курс фінансової політики, розрахований на перспективу й припускає вирішення великомасштабних завдань розвитку організації. З позиції стратегії формують конкретні цілі й завдання виробничої й фінансової діяльності й приймають оперативні управлінські рішення.

До найважливіших елементів фінансової стратегії відносять:

- вироблення кредитної стратегії;
- керування основним капіталом, що включає й амортизаційну політику;
- вибір дивідендної й інвестиційної стратегії.

Фінансова тактика спрямована на рішення локальних завдань конкретного етапу розвитку організації шляхом своєчасної зміни способів здійснення фінансових зв'язків, перерозподілу грошових

ресурсів між видами витрат і структурними підрозділами. Тактичними завданнями є:

- розробка облікової політики;
- вироблення кредитної політики;
- управління оборотними активами й кредиторською заборгованістю;
- керування поточними витратами, доходами й прибутком;
- залишковість обсягів грошових надходжень у короткостроковому періоді;
- рентабельність капіталу й продажів та ін.

При відносно стабільній фінансовій стратегії фінансова тактика повинна відрізнятися гнучкістю. Стратегія й тактика фінансової політики тісно взаємозалежні. Правильно реалізовані тактичні рішення створюють сприятливі можливості для реалізації стратегії.

Отже, керування оборотними коштами, дебіторською заборгованістю, кредиторською заборгованістю, нарахуваннями й іншими засобами короткострокового фінансування, а також рішення питань по цих проблемах вимагає значної кількості часу, і на цьому напрямку найбільше яскраво проявляється основна проблема керування фінансами: вибір між рентабельністю й імовірністю неплатоспроможності.

## **УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ**

Т.М. Шестакова, ст. преп., ГВУЗ «ЛПТУ

Термин "экономика знаний" был введен в научный оборот американским ученым Фрицем Махлупом (1962) в применении к одному из секторов экономики. Сейчас этот термин используется для определения типа экономики, в которой знания играют решающую роль, а производство знаний является источником роста. Широко применяемые понятия "инновационная экономика", "общество знаний", "информационное общество" близки понятию "экономика знаний".

В настоящее время в развитых странах инвестиции в знания растут быстрее, чем инвестиции в основные фонды. Из всего объема знаний, измеренных в физических единицах, которым располагает человечество, 90% получено за последние 30 лет, так же, как 90% из общего числа ученых и инженеров, подготовленных за всю историю цивилизации, - наши современники. Это наиболее явные признаки